



VII CONGRESSO PORTUGUES DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

ÁREA TEMÁTICA: Teorias e Metodologias

AVALIAÇÃO DE COMPETÊNCIAS DE LITERACIA MEDIÁTICA: O QUE MEDIR, COMO MEDIR E COM QUE INSTRUMENTO?ⁱ

LOPES, Paula Cristina

Mestre em Ciências da Comunicação

CIES-ISCTE-IUL / UAL / FCT

paulalopes@netcabo.pt / paula_cristina_lopes@iscte.pt

Resumo

A literacia mediática constitui um tema emergente de investigação sociológica em Portugal. O interesse por este domínio tem crescido nos últimos anos mas a pesquisa empírica é ainda manifestamente insuficiente. A avaliação da literacia mediática dos cidadãos tem assentado em referenciais teórico-empíricos quantitativos-extensivos e tem visado mais “práticas” do que “competências”. A avaliação de competências de literacia mediática está ainda, a nível internacional, numa fase embrionária, exploratória.

Esta comunicação apresenta um instrumento metodológico original de avaliação directa de competências deste tipo: uma Prova de Literacia Mediática (e o seu respectivo *framework*). A operacionalização deste instrumento de medida – concebido e aplicado em Literacia Mediática e Cidadania, investigação em curso no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia do ISCTE-IUL, com apoio da FCT –, traduz um dilatado esforço teórico reflexivo, um cruzamento de saberes que invoca a tradição empírica dos grandes estudos extensivos de literacia (como o ENL, o IALS, o ALL ou o PIAAC) e a investigação mais ou menos recente no domínio da literacia mediática, tanto na área científica da Sociologia como na das Ciências da Comunicação (Quin e McMahon, 1991, 1995; Potter, 2001, 2004; Hobbs e Frost, 2003; Arke, 2005; Mihailidis, 2008; Arke e Primark, 2009). Nesta comunicação revela-se o mapa conceptual da prova de literacia mediática, as dimensões e os domínios operacionais de processamento da informação, e os critérios que sustentam a medição de competências de literacia mediática.

Abstract

Media literacy is an emerging issue in sociological research in Portugal. The interest in this scientific domain has grown in the last years but empirical evidence remains largely under-developed. Most of the studies use quantitative measures and are designed to assess practices, not skills. The assessments of Media literacy skills are still in the early stages of development, both at EU and international level.

The current paper reveals a unique and original methodological tool for assessing Media literacy skills - a Media Literacy Test - and provides an overview of the conceptual framework. The conceptualization and operationalization of this measuring tool reflects a reflexive theoretical effort, an ongoing effort, crossroads of knowledges of various influences, from the previous literacy assessments – the major international surveys, such as ENL, IALS, ALL or PIAAC – to the recent academic research in the scientific field of Media literacy, both in the scientific areas of Sociology and Communication Studies (Quin e McMahon, 1991, 1995; Potter, 2001, 2004; Hobbs e Frost, 2003; Arke, 2005; Mihailidis, 2008; Arke e Primark, 2009). This paper synthesizes the conceptual map of the Media Literacy Test: the domains, the dimensions, the components, the assessment tasks and the criteria for measuring Media literacy skills.

Palavras-chave: Literacia mediática; avaliação de competências de literacia mediática; *framework* de uma prova de literacia mediática

Keywords: Media literacy; Media literacy skills assessment; Media literacy test framework

PAP0116

Como avaliar a literacia mediática dos cidadãos? O que medir, como medir e com que instrumentos? A resposta a estas perguntas mostra-se ainda extremamente complexa.

O conceito de literacia – remetendo, por um lado, para conhecimentos (*knowledge*) e, por outro, para competências (*skills*) mobilizadas em contextos particulares –, traduz uma natureza multidimensional, dinâmica, processual. Os domínios avaliados nos grandes *surveys* internacionais, como o International Adult Literacy Survey (IALS), o Adult Literacy and Lifeskills Survey (ALL) ou o Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC), por exemplo, espelham bem essa diversidade (e renovação) conceptualⁱⁱⁱ.

Tal como a literacia digital, a literacia mediática é um complemento à literacia dita “tradicional”. A literacia mediática, entendida como uma competência do sujeito – como “*a sua cultura dos Media*” (Sorlin, 1997, p. 78) –, consolida-se enquanto recurso básico indispensável no acesso ao conhecimento e à informação numa sociedade multimediática cada vez mais mutante e global. É essa competência, mobilizada quotidianamente em variadíssimas situações, que permite a cada indivíduo, por um lado, aceder, compreender e avaliar criticamente mensagens mediáticas, e, por outro, criar e comunicar mensagens mediáticas.

Centrar a investigação nas competências de literacia mediática de tipo operativo (Costa, 2003, p.188) – na resolução de tarefas ou problemas, nos processos de atribuição de sentido – invoca a tradição empírica dos grandes estudos extensivos de literacia (como, por exemplo, o Estudo Nacional de Literacia – ENL, o IALS, o ALL ou o PIAAC) e a investigação mais ou menos recente no domínio da literacia mediática (Quin e McMahon, 1991, 1995; Hobbs e Frost, 2003; Arke, 2005; Mihailidis, 2008; Arke e Primark, 2009; EAVI, 2009, 2011)ⁱⁱⁱ, articulando e integrando contributos de abordagens teóricas tão diversas como o interaccionismo simbólico (Mead, 1926; Goffman, 1974), a sociologia do conhecimento (Berger e Luckmann, 1999), a psicologia cognitiva (Rumelhart, 1977; Gagné *et al.*, 1993; Morais, 1997, 2002, 2010; Whitehurst e Lonigan, 2001) ou as teorias da recepção (Katz, Gurevitch e Hass, 1973; Hall *et al.*, 1978; Hall, 1980; Fiske, 1987; Jensen, 1991), e muito em particular da compreensão do texto jornalístico (Tuchman, 1978; van Dijk, 1983, 1988, 1990, 2002, 2008, 2009; Fowler, 1991; Fairclough, 1995; Deacon *et al.*, 1999; Mathieu, 2009; Coleman, Anthony e Morrison, 2009).

Numa abordagem extensiva, o instrumento mais adequado à avaliação directa de competências de literacia é, comprovadamente (*cf.* ENL, IALS, ALL, PIAAC, por exemplo), o que podemos designar por “prova de literacia”, um teste composto por um conjunto de exercícios e operações que simulam situações do quotidiano. A prova materializa-se num caderno em suporte papel^{iv}, solicitando uma resposta individual em ambiente controlado, na presença de um entrevistador e sem limite de tempo para a resolução dos exercícios que a compõem. A Prova de Literacia Mediática (PLM) foi concebida nestes moldes, seguindo de perto modelos (bem) testados nos grandes estudos internacionais.

A PLM permitirá perceber o papel (decisivo) da literacia mediática na vida dos cidadãos – muito concretamente a forma como estes (re)conhecem o universo mediático, a forma como interpretam e avaliam criticamente mensagens mediáticas e a forma como as criam e comunicam.

1.1 Literacia mediática: Conceito e domínios operacionais

O conceito de literacia mediática constituiu o ponto de partida para a operacionalização da Prova de Literacia Mediática (PLM). Literacia mediática é a capacidade de aceder, analisar, avaliar, criar e comunicar mensagens em diversos contextos (Aufderheide e Firestone, 1993; Thoman, 2003; Livingstone, 2003; Thoman e Jolls, 2003)^v. Na mesma linha teórica conceptual, um grupo de peritos europeus (Media literacy expert group^{vi}) validou, no último trimestre de 2006, uma definição europeia de literacia mediática, a qual é proposta como “*a capacidade de **aceder** aos Media, de **compreender** e **avaliar** de modo crítico os diferentes aspectos dos Media e dos seus conteúdos, e de **criar** comunicações em diversos contextos.*”^{vii} O conceito (polissémico) remete, portanto, para quatro domínios operacionais de processamento da informação.

No primeiro domínio (aceder) sobressai a relação entre o indivíduo e o meio enquanto plataforma de procura/aquisição de informação. Aceder aos Media constitui, simultaneamente, uma prática e uma competência^{viii}: de forma deliberada e continuada^{ix}, acede aos Media quem tem *know-how* e competências para o fazer. Na sociedade da informação e do conhecimento, na sociedade das redes e em rede, acede e usa eficazmente os Media quem sabe *como* e sabe *o que fazer* com diversos equipamentos e dispositivos, com diversas tecnologias e aplicações em diversos contextos.^x

O acesso aos Media enquanto conjunto de práticas (autodeclaradas) é habitualmente medido através de um instrumento de recolha de informação que não uma prova de literacia mediática, bem mais adequado: o inquérito por questionário (cf. Ofcom, 2010, 2011, 2012; Obercom, 2010). A informação recolhida prende-se, por exemplo, com indicadores relacionados com hábitos, práticas e consumos de leitura (livros e imprensa), de audição de rádio, de visionamento de televisão e de utilização de internet, nas suas várias dimensões.

O acesso aos Media enquanto conjunto de competências (*skills*), embora não submetido a medição pela resolução *específica* de uma prova de literacia mediática, tem vindo a ser, de alguma forma, sujeito a avaliação directa. Neste particular, saliente-se o novo domínio PIAAC “*Resolução de problemas em cenários tecnologicamente enriquecidos*” [“*a capacidade de encontrar, avaliar e usar informação proveniente de diversas fontes para resolver problemas como procurar um livro numa biblioteca ou navegar numa página de internet complexa*” (Ávila *et al.*, 2011, p. 7)] que submete a avaliação o acesso à informação: a resolução de uma tarefa, de uma operação, implica, quase sempre, o acesso *online* à informação. Embora o domínio não tenha sido especificamente concebido visando a medição directa do acesso enquanto uma competência de literacia mediática, visa sem dúvida competências de literacia digital (competências TIC, estreitamente relacionadas com as competências de literacia mediática), pela utilização, pela primeira vez numa avaliação internacional de competências de literacia, de computadores portáteis para aceder a/procurar informação. Na mesma linha reflexiva, algumas palavras acerca do Eyetrack, do americano Poynter Institute (numa parceria com a Universidade de Stanford). O estudo analisa e compara a leitura de jornais impressos e digitais (*webjornais*), desvendando padrões de leitura no acesso aos Media, a partir da medição de movimentos oculares monitorizados, em tempo real, graças ao uso da tecnologia Eye Tracking: em 1990, o Poynter testou a forma como as pessoas lêem notícias na imprensa; em 2000 e 2003, testou a leitura de notícias *online*; e em 2007, avaliou e comparou a leitura de notícias em ambos os suportes (imprensa e *online*).

O segundo (compreender) e o terceiro domínios (avaliar) evidenciam o indivíduo e a sua circunstância: a sua própria cultura dos Media (*knowledge about Media + understanding Media*). Constituem, por assim dizer, o núcleo duro/central das competências de literacia mediática a mobilizar numa prova de literacia mediática. A avaliação crítica – a *critical autonomy*, a capacidade de pensar por si próprio, de que nos fala Leon Masterman –, tem sido frequentemente identificada como a mais importante das competências na relação indivíduo-Media (Masterman, 1985; Feuerstein, 1999; Silverblatt, 2001; Fedorov, 2003; Jenkins, 2007; Tornero e Varis, 2010). Estes domínios têm vindo a ser avaliados desde os anos 90 do século XX, por investigadores como Quin e McMahon (1991, 1995), Feuerstein (1999), Hobbs e Frost (2003), Arke (2005), Mihailidis (2008) ou Arke e Primarck (2009).

O quarto domínio (criar) expressa a produção individual de conteúdos mediáticos e a sua comunicação, em diversos contextos (Hobbs, 1998; Silverblatt, 2001; Potter, 2001, 2004; Thoman e Jolls, 2003; Livingstone, 2004, 2007; Kist, 2005; Jenkins, 2007; Tornero e Varis, 2010).

De forma simplificada, digamos que os domínios a avaliar através da PLM dizem respeito a dois tipos de operações de processamento de informação – descodificação (ou compreensão enquanto “descodificação activa”), isto é, retradução da mensagem para se extrair o seu significado; e codificação, isto é, tradução da mensagem para uma linguagem ou código adequado aos meios de transmissão e aos receptores visados (McQuail & Windahl, 2003, p. 13) – e remetem para a problemática do *empowerment* do indivíduo (muito em voga nas mais recentes teorias da recepção), reconhecendo o seu poder e o seu papel na sociedade da informação e do conhecimento.

Os domínios objectivados e validados pelo Media literacy expert group, sujeitos a avaliação directa na PLM (compreender, avaliar, criar)^{xi}, foram operacionalizados com as seguintes designações: “conhecer e compreender”^{xii} (dois eixos de análise: um centrado no conhecimento; outro mais reflexivo), “avaliar criticamente” e “criar para comunicar”.

1.2 Dos domínios às dimensões de análise...

O conjunto de domínios considerado pelo Media literacy expert group (“aceder”, “compreender”, “avaliar”, “criar”), domínios sistémicos e interpenetrantes, traduzem a multidimensionalidade do próprio conceito de literacia mediática e podem inscrever-se em três macro-dimensões de análise: a dimensão técnica^{xiii}, a dimensão crítico-cognitiva e a dimensão criativa. Estas dimensões correspondem, na sua essência, às dimensões identificadas no modelo da literacia mediática dos 3 C’s (*Cultural, Critical e Creative*) de que falam, por exemplo, Andrew Burn ou Vítor Reia-Baptista (Euromeduc, 2009), e aos critérios identificados no modelo de literacia mediática da EAVI: *Technical, Cognitive, Communicative* (EAVI, 2009, 2011). As dimensões remetem de forma evidente para dois contextos^{xiv} (complementares) de análise: consumo e produção. O centro gravitacional dos “indivíduos mediáticos” é o consumo, a nova “antropologia” da sociedade contemporânea (Tornero, 2007, p. 201), conjunto de processos de apropriação, sistema de produção de sentidos (Martín-Barbero, 1997). O consumo está ligado a um tipo de experiência que podemos designar como “privada”, no sentido de ser íntima e não colectiva, e em oposição à experiência “pública” ou “partilhada”, aqui associada à produção mediática. A comunicação mediada é sempre um fenómeno social contextualizado: é implantada em contextos sociais que se estruturam de diversas formas e que produzem impacto na comunicação que ocorre (Thompson, 2009, p. 20).

Nestes termos, os contextos “consumo” e “produção” estão assim, de forma mais ou menos evidente, relacionados com os dois tipos de operações de processamento da informação, já identificados: adopta-se o conceito de “consumo” enquanto “*recepção*” [recepção como “*apropriação quotidiana*”, como em Thompson (1995) ou Silverstone (2005)] e enquanto operação de “descodificação” (em sentido lato), como em Ang (1985), Morley (1992), Silverstone *et al* (1996) ou Fiske (1987), por exemplo; adopta-se o conceito de “produção” enquanto operação de “codificação” no seu sentido clássico: a codificação de mensagens (a codificação de signos) num código (re)conhecido e partilhado por emissor e receptor, conceito transversal aos modelos do processo de comunicação ao longo da História [desde Aristóteles que, com *Arte Retórica*, lança os fundamentos do processo de comunicação com “quem fala – que discurso faz – quem ouve”, passando por Lasswell (1948), Shannon e Weaver (1949), Schramm (1960), Jakobson (1960) ou Hall (1980), por exemplo].

A literacia mediática é um recurso que os indivíduos mobilizam, uma espécie de “caixa negra” que possibilita não só o acesso e uso instrumental dos Media (dimensão técnica), mas sobretudo a interpretação e avaliação crítica das culturas do quotidiano (Ferin, 2002), como a cultura multimediática (dimensão crítico-cognitiva). Aos cidadãos do século XXI pede-se que consumam informação mas também que a produzam, e que a produzam responsavelmente, conscientemente (dimensão criativa). Pede-se que analisem criticamente mas também que criem reflexivamente. Pede-se que acedam ao conhecimento mas também que o partilhem com outros cidadãos, que intervenham no espaço público. Nas sociedades multimediáticas contemporâneas, exigem-se cidadãos proactivos, infoadictos, críticos, participativos.

1.3 ... e da construção de indicadores à operacionalização das tarefas

Como é já evidente, a PLM avalia competências circunscritas a duas (das três) dimensões: crítico-cognitiva e criativa. A cada uma destas dimensões (e respectivos domínios de análise) corresponde um conjunto de indicadores. A identificação e construção de indicadores resultaram da combinação reflexiva de várias fontes de informação: os programas de avaliação de competências de literacia ENL, PISA, IALS, ALL e PIAAC; os estudos europeus de literacia mediática Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels – Media Literacy Framework^{xv} (2009) e Testing e Refining Criteria to Access Media Literacy Levels in Europe. Final

Report^{xvi} (2011) da EAVI; o conjunto de documentos produzidos pelo grupo de investigadores Euromeduc, reunidos em *Media Literacy in Europe: Controversies, Challenges and Perspectives*^{xvii} (2009); assim como o contributo de investigadores como van Dijk (1983, 1990, 2002, 2008, 2009), Quin e McMahon (1991, 1995), Potter (2001, 2004), Hobbs e Frost (2003), Arke (2005), Mihailidis (2008), Arke e Primack (2009) e Mathieu (2009).

A partir da identificação das grandes dimensões de análise (crítico-cognitiva, criativa), dos domínios operacionais (conhecer e compreender, avaliar criticamente, criar para comunicar) e do tipo de indicadores (e, obviamente, dos suportes), procedeu-se à concepção de tarefas.

As tarefas são tidas pelos investigadores como o *ponto crucial* na avaliação directa de competências de literacia (Ávila, 2008, p. 137). São em rigor problemas, isto é, são actividades específicas e diferenciadas que implicam a leitura e a interpretação de conteúdos e mensagens mediáticas presentes nos suportes e cuja resolução está relacionada com um (ou mais) suporte.

A realização de cada uma das tarefas implica, em cada momento e de forma diversificada, a capacidade de mobilização de competências de literacia mediática.

Bibliografia

- Ang, Ien (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Londres: Methuen & Co.
- Arke, Edward T. (2005). Media literacy and critical thinking: Is there a connection? Dissertação de doutoramento, Duquesne University, Pittsburgh, Pennsylvania.
- Arke, Edward T. & Primack, Brian A. (2009). Quantifying media literacy: development, reliability and validity of a new measure, *Educational Media International*, 46 (1), 53-65.
- Aufderheide, Patricia & Firestone, Charles M. (1993). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown: Aspen Institute.
- Ávila, Patrícia (2008). *A Literacia dos Adultos – Competências-chave na Sociedade do Conhecimento*. Oeiras: Celta.
- Ávila, Patrícia et al (2011). *Programa Internacional para a Avaliação das Competências dos Adultos (PLAAC): Relatório de Actividades 2010*. Lisboa: CIES-ISCTE.
- Benavente, Aanaet al (1996). *A Literacia em Portugal: Resultados de Uma Pesquisa Extensiva e Monográfica*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas (1999). *A Construção Social da Realidade. Um Livro sobre a Sociologia do Conhecimento*. Lisboa: Dinalivro.
- Burn, Andrew (2009). Process and outcomes. What to evaluate and how? In Euromeduc (2009), *Media Literacy in Europe: Controversies, Challenges and Perspectives* (pp.61-69). Bruxelas: Euromeduc.
- Coleman, Stephen; Anthony, Scott & Morrison, David E. (2009). *Public Trust in the News. A Construction Study of the Social Life of the News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism – University of Oxford.
- Comissão das Comunidades Europeias (2007). Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: Uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital. COM(2007)833.
- Costa, António Firmino (2003). Competências para a sociedade educativa: questões teóricas e resultados de investigação. In Almeida, João Ferreira (Ed.) (2003), *Cruzamentos de Saberes. Aprendizagens Sustentáveis* (pp. 179-194). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Deacon, David et al (1999). From inception to reception: the natural history of a news item, *Media, Culture and Society*, 21, 5-31.

- European Association for Viewers Interests - EAVI(2009).*Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Final Report*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- European Association for Viewers Interests - EAVI(2011).*Testing e Refining Criteria to Access Media Literacy Levels in Europe. Final Report*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Fairclough, Norman (1995).*Media Discourse*. Londres: Edward Arnold.
- Fedorov, Alexander (2003). Media education and media literacy: expert's opinion, *UNESCO – MENTOR: A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. The Thesis of Thessaloniki*, 1-17.
- Ferin, Isabel (2002).*Comunicação e Culturas do Quotidiano*. Lisboa: Quimera.
- Feuerstein, Mira (1999). Media literacy in support of critical thinking,*Journal of Educational Media*, 24 (1), 43-55.
- Fiske, John (1987).*Television Culture*. Londres: Routledge.
- Fowler, Roger (1991).*Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Londres: Routledge.
- Gagné, Ellen D. et al (1993).*The Cognitive Psychology of School Learning*. Nova Iorque: Harper Collins.
- Goffman, Erving (1974).*Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Hall, Stuart (1980). Encoding/decoding. In Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew & Willis, Paul (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128-138). Londres: Hutchinson.
- Hall, Stuart et al (1978). The social production of news. In Marris, Paul & Thornham, Susan (Eds.) (1990), *Media Studies. A Reader*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Hobbs, Renee (1998). The seven great debates in the Media Literacy Movement, *Journal of Communication*, 48 (1), 16-32.
- Hobbs, Renee & Frost, Richard (2003). Measuring the acquisition of media literacy skills, *Reading Research Quarterly*, 38, 330-352.
- Jakobson, Roman (1960). Closing statement: linguistics and poetics. In Sebeok, Thomas A. (Ed.), *Style in Language* (pp. 350-377). Cambridge: MIT Press.
- Jenkins, Henry et al (2007).*Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur Foundation.
- Jensen, Klaus B. (1991). When is meaning? Communication theory, pragmatism and mass Media reception. In Anderson, James A. (Ed.), *Communication Yearbook 14* (pp.3-32). Newbury Park (CA): Sage.
- Katz, Elihu; Gurevitch, Michael & Haas, Hadassah (1973). On the use of the Mass Media for important things, *American Sociological Review*, 38 (2), 164-181.
- Kirsch, Irwin (2001).*The International Adult Literacy Survey (IALS): Understanding What Was Measured*. Princeton: ETS – Educational Testing Service.
- Kirsch, Irwin; Jungeblut, Ann; Jenkins, Lynn & Kolstad, Andrew (1993).*Adult Literacy in America: a First Look at the Results of the National Adult Literacy Survey*. Washington: National Center for Education Statistics.
- Kirsch, Irwin, Jungeblut, Ann & Mosenthal, Peter (1998). The measurement of adult literacy. In Murray, T. Scott; Kirsch, Irwin & Jenkins, Lynn (Orgs.), *Adult Literacy in OECD Countries: Technical Report on the First International Adult Literacy Survey* (pp.105-134). Washington: US Department of Education - National Center for Education Statistics.
- Kist, William (2005).*New Literacies in Action: Teaching and Learning in Multiple Media*. Nova Iorque: Teachers College Press.

- Lasswell, Harold (1948). The structure and function of communication in society. In Bryson, Lyman (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37-51). Nova Iorque: Institute for Religious and Social Studies.
- Livingstone, Sonia (2003). The changing nature and uses of media literacy, *Media@lse Electronic Working Paper*, nº 4. Media@lse, London School of Economics and Political Science, Londres, UK.
- Livingstone, Sonia (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32 (3), 18-20.
- Livingstone, Sonia (2007). Media literacy and the challenge of new information and communications technologies, *The Communication Review*, 7, 3-14.
- Masterman, Len (1985). *Teaching the Media*. Londres: Routledge.
- Martín-Barbero, Jesús (1997). *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Mathieu, David (2009). Cultural knowledge in news comprehension, *Journal of Audience & Reception Studies*, 6 (1), 77-117.
- McQuail, Denis & Windahl, Sven (2003). *Modelos de Comunicação para o Estudo da Comunicação de Massas*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Mead, George H. (1926). The nature of aesthetic experience, *International Journal of Ethics*, 36, 382-392.
- Mihailidis, Paul (2008). Beyond cynicism. How media literacy can make students more engaged citizen. Dissertação de doutoramento, University of Maryland, Maryland.
- Morais, José (1997). *A Arte de Ler. Psicologia Cognitiva da Leitura*. Lisboa: Edições Cosmos.
- Morais, José (2002). Influência da literacia e da escolaridade sobre a linguagem e a cognição. In Viana, Fernanda L.; Martins, Marta & Coquet, Eduarda, *Leitura, Literatura Infantil e Ilustração. Investigação e Prática Docente*, 3 (pp. 45-62). Braga: Centro de Estudos da Criança da Universidade do Minho.
- Morais, José (2010). How learning to read changes the cortical networks for vision and language, *Science*, 330, 1359-1364.
- Morley, David (1992). *Television, Audience and Cultural Studies*. Londres: Routledge.
- Obercom (2010). *A Utilização da Internet em Portugal*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2010). *A Sociedade em Rede em Portugal 2010. Cinema nos Múltiplos Ecrãs*. Lisboa: Obercom.
- Obercom (2010). *Nativos Digitais Portugueses: Idade, Experiência e Esferas de Utilização das TIC*. Lisboa: Obercom.
- OECD (2009). *PIAAC Literacy: A Conceptual Framework*. Paris: OECD.
- OECD (2009). *Pisa 2009 Assessment Framework – Key Competences in Reading, Mathematics and Science*. Paris: OECD.
- OECD e Statistics Canada (2000). *Literacy in the Information Age. Final Report of the International Adult Literacy Survey*. Ottawa e Paris: OECD e Statistics Canada.
- OECD e Statistics Canada (2005). *Learning a Living. Firsts Results of the Adult Literacy and Life Skills Survey*. Ottawa e Paris: OECD e Statistics Canada.
- Ofcom – Office of Communications (2010). *Adults' Media Literacy in the Nations*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2011). *UK Adults Media Literacy*. Londres: Ofcom.
- Ofcom – Office of Communications (2012). *Adults Media Use and Attitudes Report*. Londres: Ofcom.
- Potter, W. James (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks: Sage.
- Potter, W. James (2004). *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. Thousand Oaks: Sage.

- Quin, Robyn & McMahon, Barrie (1991). Media analysis: Performance in media in Western Australian government schools, *Western Australian Ministry of Education Report*.
- Quin, Robyn & McMahon, Barrie (1995). Evaluating standards in media education, *Canadian Journal of Educational Communication*, 22 (1), 15-25.
- Reia-Baptista, Vítor (2009). Media literacy and Media Appropriations by Youth. In Euromeduc (2009), *Media Literacy in Europe: Controversies, Challenges and Perspectives* (pp. 161-165). Bruxelas: Euromeduc.
- Rumelhart, David E. (1977). Toward an interactive model of reading. In Dornic, Stanislav (Ed.), *Attention and Performance VI*, (pp. 265-303). Hillsdale (NJ): Erlbaum.
- Schramm, Wilbur (Ed.) (1960). *Mass Communications*. Urbana: Univ. of Illinois Press.
- Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Silverblatt, Art (2001). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. Westport: Praeger Publishers.
- Silverstone, Roger (2005), Mídia e vida cotidiana: elementos para uma teoria da mediação, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Vol. XXVIII (2), 127-137
- Silverstone, Roger et al (1996). Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. In Silverstone, Roger & Hirsch, Eric (Eds.), *Los Efectos de la Nueva Comunicación* (pp. 39-57). Barcelona: Bosch.
- Sorlin, Pierre (1997). *Mass Media*. Oeiras: Celta.
- Thoman, Elizabeth (2003). *Skills and Strategies for Media Education*. The Center for Media Literacy (www.medialit.org)
- Thoman, Elizabeth & Jolls, Tessa (2003). *Literacy for the 21st Century*. The Center for Media Literacy (www.medialit.org)
- Thompson, John B. (1995). *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Thompson, John B. (2009). *A Mídia e a Modernidade. Uma Teoria Social da Mídia*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Tornero, José Pérez (Org.) (2007). *Comunicação e Educação na Sociedade da Informação. Novas Linguagens e Consciência Cívica*. Porto: Porto Editora.
- Tornero, José Pérez & Varis, Tapio (2010). *Media Literacy and New Humanism*. Moscovo: UNESCO.
- Tuchman, Gaye (1978). *Making News*. Nova Iorque: Free Press.
- Van Dijk, Teun A. (1983). Estructuras textuales de las noticias de prensa, *Análisis. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 7/8, 77-105.
- Van Dijk, Teun A. (1988). *News Analysis. Case Studies of International and National News in the Press*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Van Dijk, Teun A. (1990). *La Noticia como Discurso. Comprensión, Estructura e Producción de la Información*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, Teun A. (2002). El conocimiento y las noticias, *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació*, Vol. 1, 249-270.
- Van Dijk, Teun A. (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Dijk, Teun A. (2009). *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge: Cambridge University Press.

Whitehurst, Grover J. & Lonigan, Christopher J. (2001). Emergent literacy: Development from prereaders to readers. In Neuman, Susan B. & Dickinson, David K. (Eds.), *Handbook of Early Literacy Research* (pp. 11-29). Nova Iorque: Guilford Press.

ⁱ Este texto é uma versão abreviada de Lopes, Paula (no prelo). Avaliação de competências: *Framework* conceptual de uma prova de literacia mediática.

ⁱⁱ Domínios avaliados nos principais estudos internacionais de literacia: “literacia em prosa”, “literacia documental”, “literacia quantitativa” (IALS, 1994-2000); “literacia em prosa”, “literacia documental”, “numeracia”, “resolução de problemas” (ALL, 2002-2006); “componentes de leitura”, “literacia em leitura”, “numeracia”, “resolução de problemas em cenários tecnologicamente enriquecidos” (PIAAC, 2008-2013). Fonte: PIAAC (OECD, 2009)

ⁱⁱⁱ Para uma leitura aprofundada acerca da investigação, nacional e internacional, nos domínios da literacia e da literacia mediática, consulte Lopes, Paula (2011). Literacia(s) e literacia mediática [CIES *e-workingpaper* nº 110/2011]. CIES-IUL, Lisboa, Portugal: http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110_Lopes.pdf

^{iv} No PIAAC, recorreu-se também ao enunciado em suporte electrónico, disponibilizado em computador portátil, para a avaliação directa de competências de literacia digital.

^v Em rigor, não existe um consenso internacional em torno da definição de literacia mediática. A nossa opção prende-se com consolidação teórica e abrangência conceptual.

^{vi} A constituição do grupo de peritos pode ser consultada em http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/expert_group.pdf

^{vii} Cf. *Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital*, de 20 de Dezembro de 2007.

^{viii} Para uma leitura mais detalhada acerca da avaliação de práticas e de competências de literacia mediática, consulte Lopes, Paula (2011). Literacia(s) e literacia mediática [CIES *e-workingpaper* nº 110/2011]. CIES-IUL, Lisboa, Portugal: http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP110_Lopes.pdf, pp. 17-27.

^{ix} E não unicamente pela imersão na cultura mediática, característica da contemporaneidade.

^x A sociedade dos computadores, dos PDA, dos *ebooks*, dos *tablets*, dos *smartphones*...

^{xi} No âmbito deste projecto de investigação, o domínio “Aceder” será avaliado através de um inquérito por questionário: a medição visa, portanto, hábitos, práticas e consumos mediáticos (auto)declarados pelos sujeitos.

^{xii} Como salienta a psicologia cognitiva, “compreender” implica uma descodificação a partir de um manancial de conhecimento prévio (esquemas) que o sujeito mobiliza no processo (cf. “Breve enquadramento teórico”).

^{xiii} No nosso modelo corresponde a “Aceder”.

^{xiv} Os grandes estudos extensivos de literacia consideram o “contexto”, visto, por um lado, que a leitura se desenvolve em determinado ambiente social e, por outro, que a motivação para ler e a interpretação de mensagens podem ser influenciadas por ele. O PISA adoptou a operacionalização das variáveis de “situação” do *Common European Framework of Reference* (CEFR), desenvolvido pelo Conselho da Europa, em 1996. Estas categorias foram adaptadas enquanto “contextos”, a saber: ‘pessoal’, ‘público’, ‘ocupacional’ e ‘educacional’. Fixemo-nos nos contextos ‘pessoal’ e ‘público’. O contexto ‘pessoal’ relaciona-se com textos cuja intenção é satisfazer interesses pessoais, tanto práticos/utilitários como intelectuais. Nesta categoria, também se incluem os materiais cuja intenção é manter ou desenvolver relações pessoais com outros, como cartas ou *emails*. O contexto ‘público’ reporta à leitura de textos relacionados com actividades/assuntos sociais. Os textos associados a esta categoria incluem sítios *web* informativos e notícias impressas ou *online*, por exemplo. Nos mais recentes estudos internacionais de referência, como o PIAAC, por exemplo, as categorias de “contexto” foram identificadas como ‘profissionais/ocupacionais’, ‘pessoais’ (onde se incluem as subcategorias ‘casa e família’, ‘saúde e segurança’, ‘economia de consumo’, ‘lazer e recreio’); ‘comunitárias

e de cidadania'; e 'educacionais e formativas'. No modelo EAVI (*Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Final Report*, Bruxelas, 2009), a terminologia adoptada faz a distinção entre 'competências pessoais' e 'competências sociais' (contexto 'individual'), o que nos parece pouco adequado aos objectivos.

^{xv}Disponível em http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_annex_b_framework_rev_en.pdf

^{xvi}Disponível em http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/final-report-ML-study-2011_en.pdf

^{xvii}Disponível em http://www.euromeduc.eu/IMG/pdf/Euromeduc_ENG.pdf